

## Neue Medien und Umfrageforschung: Chancen für die organisationale Kommunikation

Pötschke, Manuela

Veröffentlichungsversion / Published Version  
Sammelwerksbeitrag / collection article

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Pötschke, M. (2006). Neue Medien und Umfrageforschung: Chancen für die organisationale Kommunikation. In K.-S. Rehberg (Hrsg.), *Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede: Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München. Teilbd. 1 und 2* (S. 4839-4850). Frankfurt am Main: Campus Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-141676>

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

# Neue Medien und Umfrageforschung: Chancen für die organisationale Kommunikation

*Manuela Pötschke*

Kommunikation in Organisationen wie Universitäten erfolgt in der Regel gremienbezogen entlang hierarchischer Strukturen. Dabei werden insbesondere Innovationspotentiale und Synergieeffekte verschenkt, die durch quer liegende Strukturen gefördert werden könnten. Eine Möglichkeit, sich zumindest einen Überblick über die jeweiligen Potentiale und Wahrnehmungen zu verschaffen, besteht in der Durchführung von Mitarbeiterbefragungen, die sich auch an Universitäten immer mehr durchsetzen. Diese Art der Erhebung hat jedoch den Nachteil, dass kein wirklicher Austausch zwischen den Befragten entstehen kann. Gerade für die aktuell diskutierten Fragen der Qualität akademischer Lehre ist es jedoch unerlässlich, Erfahrungen systematisch auszutauschen und konkrete Strategien zu entwerfen. Dazu wurde im Rahmen eines Projektes zur Arbeitssituation an der Universität Bremen eine Lehrendenbefragung zur Arbeitszufriedenheit durch eine Delphibefragung zur Frage guter Lehre ergänzt. Beide Erhebungen waren als Methodenexperimente angelegt, um die Durchführbarkeit netzgestützter Datenerhebung und mögliche Effekte auf die inhaltlichen Angaben zu überprüfen.

## 1. Kommunikation an Universitäten

Die Kommunikation an Universitäten ist aus vielerlei Gründen mangelhaft und verbesserungswürdig. Dabei sind zwei entgegen gesetzt scheinende Phänomene zu beobachten: Auf der einen Seite werden die Universitätsmitglieder im Sinne eines Kommunikations*overloads* mit einer Vielzahl von Informationen konfrontiert, die wahrgenommen, bewertet, selektiert, kommentiert und verarbeitet werden müssen. Nicht alle diese Informationen betreffen den Einzelnen.

Auf der anderen Seite ist ein Kommunikations*defizit* zu verzeichnen. Dieses Defizit bezieht sich vor allem auf Entscheidungs*prozesse* und *Begründungen*.

Neue Medien, insbesondere die Möglichkeit, über den unmittelbaren Arbeitsplatz miteinander vernetzt zu sein, eröffnet nun die Möglichkeit, universitäre Kommunikation zu kanalisieren und gleichzeitig so weit zu streuen, dass Entschei-

dungen und ihre Begründungen nachvollziehbarer werden. Ein wichtiges Instrument dafür ist in der Wirtschaft bereits erprobt und akzeptiert. Dort werden Mitarbeiterbefragungen regelmäßig implementiert, um *Feedback* von der Belegschaft zu erhalten und in die gesamtwirtschaftlichen Planungen einzubeziehen. Hierbei sind einfache Ideen eines direkten Zusammenhangs zwischen Arbeitszufriedenheit und Arbeitsleistung überwunden. Im Mittelpunkt steht heute vielmehr die Überlegung, dass die Partizipation der Angehörigen einer Organisation zu besserer Planung führen kann.

Neue Medien ermöglichen darüber hinaus aber weitere Formen inneruniversitärer Kommunikation. Durch die Einrichtung von sachbezogenen Kommunikationsplattformen ist die Basis für den Austausch an bestimmten Themen Interessierter gegeben, die in einem tatsächlichen Argumentationsaustausch treten können und so Entscheidungsprozesse vorbereiten. Eine Methode, diesen Austausch zu steuern ist durch die Konstruktion eines so genannten Delphi gegeben.

## 2. Universitäre Befragungen

Die Ziele universitärer Befragungen sind vielfältig und unterscheiden sich im Kern nicht von allgemeinen Zielen von Mitarbeiterbefragungen in Betrieben. In Zeiten tief greifender Strukturreformen können Mitarbeiterbefragungen die bestehende Akzeptanz von Veränderungen rückmelden und gleichzeitig durch die Einbindung in diesen Prozess eine Erhöhung der Reformakzeptanz mit sich bringen. Befragungen können hier zu einem Teil die eigentlich notwendige Kommunikation mit allen Mitarbeitern über die persönlichen Konsequenzen von Reformen übernehmen. Der Erfolg dieses Vorgehens hängt dann sehr stark davon ab, welche Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen der Befragung gezogen werden. Wird auf zentrale Erkenntnisse nicht eingegangen, wirkt sich das sowohl auf die Bereitschaft zur Teilnahme an zukünftigen Befragungen wie auch auf die Einsicht in die Reformen negativ aus.

Eine Besonderheit von universitären Befragungen besteht darin, dass zwei grundsätzlich verschiedene Zielgruppen einbezogen werden können. Mitarbeiter- und Studierendenbefragungen sind in diesem Sinne als zwei Seiten einer Medaille zu betrachten.

Inwieweit Befragungsergebnisse Bestandteile von Anreizsystemen zur Leistungssteigerung darstellen können, werden unterschiedlich diskutiert.

Abgesehen von auf die Struktur gerichteten Zielen universitärer Befragungen, erfüllen Interviews natürlich auch einen inhaltlichen Zweck. Das Wissen über die konkrete Arbeitssituation und die Arbeitszufriedenheit der Universitätsangehörigen

erleichtert nicht nur die Setzung von Prioritäten bei notwendigen Entscheidungen sondern öffnet unter Umständen auch die Augen für neue Schwerpunktsetzungen.

Werden die universitären Befragungen nun nicht herkömmlich über einen schriftlichen Fragebogen realisiert sondern über das Internet, können die Vorteile der neuen Technik umfassend genutzt werden. Als die beiden wichtigsten Vorteile der Online-Erhebung gelten die Schnelligkeit der Erhebung und Datenverfügbarkeit und die Reduktion von Übertragungsfehlern.

Durch die direkte Übertragung der Antworten des ausgefüllten Fragebogens in eine Datenbank, stehen die Daten unmittelbar nach Beendigung der Feldphase zur Auswertung bereit. Es ist also kein Zwischenschritt der Dateneingabe vonnöten. Die Dateneingabe war neben ihrer Zeitaufwändigkeit auch immer eine Quelle für Übertragungsfehler, die mit der automatisierten Strategie vermieden werden kann.

Die Automatisierung des Befragungsprozesses erlaubt darüber hinaus die einfache dauerhafte Implementierung. Sowohl einzelne Skalen und Fragen wie auch ganze Fragebögen können dauerhaft vorgehalten werden und sehr leicht für spezifische Zwecke abgewandelt werden.

Für den Einsatz von netzgestützten Befragungen an Universitäten spricht auch die Nähe der meisten Universitätsangehörigen zum Internet als üblichem Kommunikationsmedium. Die Durchdringung mit Internetanschlüssen beträgt fast 100 Prozent und die notwendigen Kompetenzen sind in der Regel bereits vorhanden. Werden die Befragungen regelmäßig durchgeführt und sind sie dauerhaft in den Kontrollprozess implementiert, wird auch ihre Nutzung selbstverständlicher und ihre Nutzung zunehmend akzeptierter.

Die Akzeptanz von Befragungen als inneruniversitäre Kommunikationsformen lässt sich zu allererst an der Teilnahmebereitschaft der Befragten ablesen.

## Datenbasis

Den Analysen zur Teilnahmebereitschaft an universitären Befragungen liegen hier sieben Studien zugrunde. Die *Erstsemesterbefragung 2003* richtete sich an Studierende, die ihr Studium gerade an der Universität begonnen hatten und einen ersten Eindruck über die Organisation der Studieneingangsphase geben sollten. Das Vorgehen bei der Erstellung von Adresslisten derjenigen, die jeweils zur Befragung eingeladen werden sollten, wurde zwischen den Studien systematisch variiert. Die Variante, die auch für die Erstsemesterbefragung 2003 zur Anwendung kam bestand darin, dass

das Studienbarometerprojekt in ausgewählten Lehrveranstaltungen vorgestellt wurde und dann Interessierte ihre E-Mail-Adresse angeben konnten.<sup>1</sup>

Die zweite Variante konnte immer dann realisiert werden, wenn vollständige Adresslisten der zu Befragenden vorlagen. Dabei konnte es sich um Postadresslisten handeln oder um Listen mit E-Mail-Adressen. Die Studie zur *Zufriedenheit im Studiengang Digitale Medien*<sup>2</sup> beispielsweise wurde als Vollerhebung realisiert, wobei die Studierenden jeweils per E-Mail eingeladen werden konnten. Auch in der Studie zu den *Zukunftsperspektiven*<sup>3</sup> in ausgewählten Fächern wurde die Einladung zur Teilnahme per E-Mail versandt. Die E-Mail-Listen stellten die jeweiligen Fächer zur Verfügung.

Liegen nicht E-Mail- sondern die Postadressen der Befragten vor, dann kann zur Befragung auch per Brief eingeladen werden. Dieses Vorgehen impliziert einen so genannten Medienbruch, der in der Literatur als Problem für die Responserate diskutiert wird. Dabei wird davon ausgegangen, dass es für den Befragten bequemer ist, an einer Umfrage teilzunehmen, wenn er bereits bei Erstkontakt – also der Einladung dazu – das Kommunikationsmedium nutzen kann, mit dem auch der Fragebogen beantwortet werden soll. Für die netzgestützte *Lebreevaluation*, die *Befragungen zur Akzeptanz neuer Studienabschlüsse* (BA oder Diplom)<sup>4</sup> und zur *Computernutzung* an der Universität sowie die *Lehrendenbefragung*<sup>5</sup> wurden Adresslisten und postalische Einladungen genutzt.

## Empirische Ergebnisse I

Die an erster Stelle zu berichtenden Ergebnisse beziehen sich auf die Rücklaufquoten. In Tabelle 1 sind die für die Onlinebefragungen beobachteten Werte angegeben. Dabei zeigen sich Responseraten von 23 Prozent bis 58 Prozent. Das sind

---

1 Das Studienbarometerprojekt wurde durch die Projektmitarbeiterin Dipl.Soz. Sabine Scholz vorgestellt.

2 Diese Studie diente einer ersten Evaluation des neu eingeführten Studienganges und der Identifikation besonderer Problembereiche.

3 In dieser Studie standen Fragen nach den wahrgenommenen Berufschancen, nach den Möglichkeiten, studien- und qualifikationsadäquate Tätigkeiten ausüben zu können und den ganz konkreten Vorstellungen der Studierenden über ihre persönliche Zukunft im Mittelpunkt.

4 Eine ausführliche Darstellung der Studie findet sich in Pötschke/Simonson 2005.

5 Einen anderen Fokus als alle bisher angesprochenen Studien hatte die Befragung der Lehrenden an der Universität Bremen im Herbst 2003. Hierbei handelte es sich um eine Methoden vergleichende Studie: der eine Teil der Befragten füllte einen schriftlichen Fragebogen aus, der andere einen inhaltlich identischen Onlinefragebogen. Inhaltliches Ziel dieser Befragung war die Eruiierung der dreifachen Belastungen durch Lehre, Forschung und Selbstverwaltungsaufgaben.

zuerst einmal sehr viel höhere Werte als die Teilnahmequoten, die aus früheren schriftlichen Studierendenbefragungen berichtet werden.

Deutlich wird aber auch, dass die Rückläufe sehr unterschiedlich ausfallen können. Eine erste Erklärung dafür wird in der Rekrutierung der Teilnehmer gesucht. In den beiden Befragungen mit deutlich weniger Rücklauf – der Erstsemesterbefragung 2003 und der Computernutzungsbefragung – wurde der Weg über die Lehrveranstaltungen zur Rekrutierung von Befragungsteilnehmern gewählt. Wie oben beschrieben, besteht das Problem hier darin, dass nicht alle angesprochenen Studierenden auch bereit sind, ihre E-Mail Adresse anzugeben. Hier scheint der wesentliche »Verlust« potentieller Befragter zu bestehen. Denn diejenigen, die einmal zur Befragung eingeladen werden konnten, sind dann zu deutlich höheren Anteilen bereit, den Fragebogen auch tatsächlich auszufüllen.

Studie	Response rate
Erstsemesterbefragung 2003 zur Studieneingangsphase	23 % <sup>1</sup>
Studienzufriedenheit im Studiengang <i>Digitale Medien</i>	58 % <sup>2</sup>
Befragung zur <i>Computernutzung</i> der Studierenden	(24 %) <sup>3</sup>
<i>BA oder Diplom</i> – Befragung zur Akzeptanz neuer Studienabschlüsse	64 % <sup>4</sup>
Lehrevaluation	48 % <sup>4</sup>
<i>Zukunftsperspektiven</i>	44-54 % <sup>5</sup>
<i>Lebrendenbefragung</i>	43%

1 Für die Erstsemesterbefragung wurde die E-Mail-Adressliste über ausgewählte Lehrveranstaltungen und die persönliche Vorstellung des Studienbarometerprojektes erstellt. Von den insgesamt angesprochenen 703 Studierenden gaben 40Prozent (275) eine gültige E-Mail-Adresse an. Von diesen nahmen dann 60Prozent tatsächlich an der Befragung teil.

2 In der Befragung im Studiengang *Digitale Medien* handelt es sich um eine Vollerhebung des gesamten Faches.

3 Die E-Mail-Adressen zur *Computernutzung* wurden ebenfalls über persönliche Vorstellungen in ausgewählten Lehrveranstaltungen gesammelt. Hier liegen keine genauen Angaben über die tatsächlich angesprochenen Studierendenzahlen vor. Die angegebene Response rate kann daher nur bedingt interpretiert werden.

4 Die Studien wurden in den Vorlesungen *Statistik III* und *Überblick über Methoden der empirischen Sozialforschung* durchgeführt. Es handelt sich um Vollerhebungen der Veranstaltungsteilnehmer.

5 Die Adresslisten wurden durch die Fächer und Fachbereiche zur Verfügung gestellt.

Tabelle 1: Response rates in unterschiedlichen Studien

## Empirische Ergebnisse II

Der Vergleich der Erhebungsformen in der *Lebrendenbefragung* führt zu weiteren empirischen Ergebnissen, die eine differenzierte Betrachtung von Teilnahmebereitschaften an Befragungen zulässt. Hier konnte nämlich gezeigt werden, dass Frauen eher geneigt sind als Männer, an einer Befragung teilzunehmen. Und wissenschaftliche Mitarbeiter wiederum sind eher geneigt, einen Fragebogen auszufüllen als Professoren und Privatdozenten.<sup>6</sup>

Über die Responseraten hinaus lässt sich konstatieren, dass sowohl in schriftlichen wie auch in Onlinebefragungen umfangreiche Informationen aus standardisierten und offenen Antworten gewonnen wurden. Der in der Literatur berichtete Effekt, dass in Onlinebefragungen mehr Text produziert würde als in schriftlichen Befragungen kann hier ebenso wenig bestätigt werden, wie die gegenteilige Behauptung (Welker/Werner/Scholz 2005: 97). Ungeachtet der Unterscheidung zwischen standardisierten und offenen Fragen zeigt sich aber, dass Item-Nonresponse in der Onlinebefragung höher ausfällt als in der schriftlichen Variante und mit dem Fragebogenverlauf überproportional ansteigt.

## 3. Delphi-Ansatz als Modell quer liegender Partizipation in Universitäten

Die zweite betrachtete Möglichkeit, die Kommunikation an der Universität zu fördern und gleichzeitig so zu strukturieren, dass sie überschaubar bleibt, besteht in der Durchführung eines Delphis. Bisher liegen erst ungenügende Erfahrungen mit Delphi als Kommunikationsplattform in Universitäten vor. Diesem Verfahren soll hier deshalb etwas breiterer Raum einräumt werden.

Eine Delphistudie wird in aller Regel dann in Betracht gezogen, wenn eine Prognose über unsichere Zustände abgegeben werden soll. Einbezogen wird dabei in aller Regel nicht eine repräsentative Bevölkerungsgruppe sondern spezifische Experten. Dass heißt, ein Delphi, das sich als Kommunikationsplattform an Universitäten versteht, muss sich solchen Inhalten zuwenden, in denen die beteiligten Universitätsangehörigen als ausgewiesene Experten angesehen werden können. Typische Themen, die universitätsweit kommuniziert werden könnten und müssten, sind Fragen der Verbesserung der Lehre und der Schaffung adäquater Rahmenbedingungen für innovative und kreative Forschung.

---

<sup>6</sup> Eine ausführlichere Darstellung der spezifischen Rückläufe findet sich in Pötschke 2005.

An der Universität Bremen wurden im Wintersemester 2002/2003 über die oben beschriebene standardisierte Mitarbeiterbefragung (Lehrendensurvey) die Teilnehmer für ein Delphi »Zur Verbesserung der Lehre« gewonnen. Die Lehrerfahrungen waren dabei recht unterschiedlich. In der Population waren sowohl gerade erst diplomierte Lehrende mit ihrer ersten Veranstaltung, wie auch gestandene Hochschullehrer, die vielfältige Versuche, die Lehrqualität zu verbessern, miterlebt haben. Am Ende der Befragung konnten die Teilnehmer angeben, ob sie an dem Delphi zu Lehrfragen teilnehmen würden und wie sie gegebenenfalls angesprochen werden möchten: per E-Mail oder postalisch.

Nach ihrer jeweiligen Zielstellung werden in der Literatur verschiedene Formen von Delphi unterschieden (Häder 2002).

Merkmal	Typ 1	Typ 2	Typ 3	Typ 4
Inhalt	Ideen-aggregation	Bestimmung eines Sachverhaltes	Ermittlung von Expertenmeinungen	Beurteilungskonsens
Ziel	Sammlung von Vorschlägen zur Problemlösung	Prognosen	Ermittlung und Bewertung von Expertenurteilen	Übereinstimmung der Teilnehmer
Auswahl der Experten	Aufgrund Expertise	Hypothesen zur Auffindung notwendig	Totalerhebung oder bewusste Auswahl	Aufgrund bestimmbarer Rahmens

Abbildung 1: Strukturierung von Delphi nach ihrer Zielstellung

(Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Häder 2002: 36)

Beim Bremer Lehrendendelphi handelte es sich nach dieser Klassifikation um eine Ideenaggregation, bei der sowohl standardisiert wie offen vorgegangen wurde. Die Kristallisation des Ergebnisses erfolgt dabei iterativ in mehreren aufeinander folgenden Befragungs- oder Diskussionsrunden.



### Studiendesign

Die unterschiedlichen Instrumente wurden den ausgewählten Experten in insgesamt drei Befragungsrunden vorgelegt.<sup>7</sup>

In einem ersten Schritt konnten alle Teilnehmer einen Fragebogen beantworten, dessen Fokus auf das Verständnis von guter Lehre und auf Potenziale sowie Probleme der Lehrverbesserung lag.<sup>8</sup> Dieser Fragebogen war teilweise standardisiert, teilweise offen. Aus den Antworten wurde ein Tableau entwickelt, das die wesentlichen Probleme in der Lehre und gleichzeitig die in den Fragebögen vorgeschlagenen Maßnahmen zur Verbesserung der Lehre beschrieb. Diese Zusammenstellung wurde den Befragten als Feedback mit der Maßgabe zurück gemeldet, sich zu drei inhaltlichen Schwerpunkten erneut zu äußern:

1. Sind die vorgeschlagenen Maßnahmen geeignet, die Probleme in der Lehre zu lösen?
2. Wie werden die konkreten Projekte zur Verbesserung der Lehre beurteilt?
3. Für welche der Projekte können die Befragten sich eine Umsetzung im eigenen Arbeitsbereich vorstellen?

Das daraus resultierende Feedback sollte in einer abschließenden Runde diskutiert werden. Hier ging es dann vor allem um Vor- und Nachteile unterschiedlicher Projekte und mögliche Übertragungen. Der Studienverlauf ist in Abbildung 2 zusammengefasst.

In der zweiten und dritten Runde des Delphis wurden zwei Merkmale der Erhebung variiert und auf ihre Wirkung hin getestet: es handelt sich dabei um die Frage nach der Anonymität der Delphiteilnehmer und die Art der Kommunikation des Feedbacks. Daraus ergab sich das in Abbildung 3 dargestellte Schema. Die Unterscheidung nach der Form der Anonymität bezieht sich dabei darauf, ob die Experten in ihrer Gruppe für die anderen Delphiteilnehmer jeweils ohne persönliche Kennzeichnung auftraten oder aber persönlich identifizierbar waren. Durch die Kommunikation per E-Mail mit der Forscherin, waren die Teilnehmer für sie natürlich nicht anonym.

---

<sup>7</sup> Eine ausführliche Diskussion des Delphi als Methode der Datenerhebung und der Durchführungsschritte findet sich in Pötschke 2004.

<sup>8</sup> Zur Frage der Lehrqualität gibt es zahlreiche empirische Evidenzen, Problemfelder sind vielfältig dargestellt und auch Lösungsmöglichkeiten werden in der Literatur ausführlich besprochen. Trotzdem scheint es immer wieder einen Bedarf nach Reflektion der Bedeutung von »guter universitärer Lehre« zu geben. Es ist deshalb sinnvoll, den Untersuchungsgegenstand mit standardisierten Instrumenten zu erfassen und gleichzeitig eine eher unstrukturierte Auseinandersetzung mit möglichen Inhalten und Zielen der Lehre zuzulassen.

1. Delphirunde	1. Feedback	2. Delphirunde	2. Feedback	3. Delphirunde
Mai 2003	Anfang Juni 2003	Juni 2003	Anfang Juli 2003	Juli 2003
Teilstandardisierter Fragebogen		Offene Befragung zu drei Themenschwerpunkten		Offene Befragung zur generellen Bewertung
	Verbale Zusammenfassung und Häufigkeiten		Verbale Zusammenfassung	

Abbildung 2: Studienverlauf

Die Differenzierung nach *Schriftlich* und *Online* bezog sich auf die Präsentation des Feedbacks durch die Forscherin. Die Onlinevariante ist hier ganz konkret der Versand per E-Mail, die schriftliche per Hauspost. In weiteren Untersuchungen muss der Frage nachgegangen werden, ob die webbasierte Präsentation beispielsweise auf einer Lernplattform zu anderen Ergebnissen führt. Ein Unterschied zum hier vorgestellten Design wird dort auf jeden Fall darin bestehen, dass eine zeitunabhängige direkte Kommunikation zwischen den Delphiteilnehmern hergestellt werden kann. Die Differenzierung nach unterschiedlichen Feedbackformen erfolgte vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung von Onlinekommunikation. Diese hat in aller Regel den Vorteil, der zeitlichen und örtlichen Unabhängigkeit der Befragten, wobei gleichzeitig die Kosten für den Forscher relativ gering gehalten werden können.

	Online	Schriftlich
<b>Anonym</b>	Gruppe A (N=8)	Gruppe B (N=6)
<b>Nicht anonym</b>	Gruppe C (N=7)	Gruppe D (N=6)

Abbildung 3: Systematisierung der Delphigruppen

Die Befragten selber konnten Präferenzen für die Zusendung des Feedbacks angeben, die bei der Gruppenzuweisung beachtet wurden. Die Verteilung auf die anonymen vs. nicht anonymen Gruppen erfolgte zufällig. Dabei wurde eine gleichmäßige Verteilung unterschiedlicher Statusgruppen auf die Delphigruppen angestrebt.

Eine der zentralen methodischen Fragestellungen in diesem Zusammenhang bezieht sich nun darauf, ob sich die Datengüte zwischen schriftlichen und Computer gestützten Befragungen unterscheidet. Auch für das Delphi macht es Sinn, dieser Frage genauer nachzugehen. Auf der einen Seite ist die Kommunikation per E-Mail sehr viel direkter und schneller als mit der Post. Andererseits geht eine angehangene Datei auch schneller verloren, während ein Brief dem Befragten auch nach einiger Zeit wieder in die Hände fallen kann. Für die Rückantworten aller Befragten standen sowohl E-Mail wie auch die Hauspost zur freien Verfügung. Die meisten der Befragten wählten die elektronische Variante.

### Response im Delphi

Von den insgesamt 347 Teilnehmern der ersten Befragung zur Arbeitssituation und Arbeitszufriedenheit baten 107 darum, den Delphifragebogen zur »Qualität der Lehre« zu erhalten. Davon schickten insgesamt 27 Befragte den ausgefüllten Fragebogen zurück und wurden dann auf die Delphigruppen verteilt, um anschließend zur zweiten und dritten Befragungsrunde eingeladen zu werden.

Der Rücklauf in den einzelnen Gruppen war dann sehr unterschiedlich (vgl. Abb. 4). Offensichtlich ist die nicht anonymisierte Form eine Möglichkeit, die Teilnahmebereitschaft zu erhöhen, wenn die Befragung per E-Mail realisiert werden kann. In dieser Gruppe haben 6 der 7 Mitglieder ein Statement in der zweiten Runde zurückgeschickt. In der dritten Runde glich sich die Rücklaufquote eher aus. Auffällig dabei war, dass drei Befragte an der dritten Welle teilnahmen, obwohl sie in der zweiten aussetzten. Das wird mit dem großen thematischen Interesse begründet werden können. Andererseits war der Rücklauf insgesamt nicht besonders hoch. Gründe dafür können darin liegen, dass die Veränderungen zwischen zweiter und dritter Welle nicht mehr sehr groß waren, da die Argumente größtenteils ohne Gegenrede akzeptiert wurden. Nur zum Thema der Studiengebühren gab es entgegengesetzte Ansichten, die aber im Rahmen des Delphi auch nicht aufgelöst werden konnten. Das heißt, dass ein weniger heterogenes Delphi dann Teilnehmer verliert, wenn sie das Gefühl entwickeln, alles sei gesagt.

2. Delphiwelle		3. Delphiwelle (aus 2. je teilgenommen)	
Gruppe A	teilgenommen	2	1
(N=8)	nicht teilgenommen	6	2
Gruppe B	teilgenommen	2	2
(N=6)	nicht teilgenommen	4	0
Gruppe C	teilgenommen	6	3
(N=7)	nicht teilgenommen	1	0
Gruppe D	Teilgenommen	2	2
(N=6)	nicht teilgenommen	4	1

Abbildung 4: Rücklauf in den Delphigruppen

Alles in allem ist der Rücklauf nur eingeschränkt zufriedenstellend. Einerseits ist eine Sammlung von Vorschlägen zur Verbesserung der universitären Lehrqualität geglückt. Dabei zeigte sich wieder einmal, dass auch in diesem Bereich zahlreiche Initiativen gestartet werden und erfolgreich umgesetzt werden konnten.

Auf diese zentrale Zielstellung, Ideen über einen spezifischen Sachverhalt zu generieren, mag aber andererseits auch die insgesamt geringe Rücklaufquote in der zweiten und dritten Welle zurückzuführen sein. Einige der Befragten gewannen den Eindruck, die zentralen Gedanken waren schon geäußert und verzichteten deshalb auf ein eigenes Statement. Für zukünftige Delphi-Erhebungen sollte deshalb auf kontroverse Abschnitte im Feedback nicht verzichtet werden. Wenn sie nicht aus dem empirischen Material generiert werden können, sollten auch externe Quellen dazu herangezogen werden.

Im Ergebnis konnte festgestellt werden, dass die Nutzung neuer Kommunikationstechnologien für diese konkrete Delphistudie keine Einschnitte in der Datengüte bedeuteten. Im Gegenteil, die Möglichkeit der kurzfristigen Reaktion erlaubte eine direktere Ansprache und Teilnahmemotivation. Darüber hinaus konnte gezeigt werden, dass die Aufhebung der Anonymität im untersuchten Kontext zu einer deutlichen Erhöhung der Teilnahmequote geführt hat. Dies gibt Hinweise auf eine Abschwächung der generellen Forderung nach Anonymität der Teilnehmer in Delphistudien.

Für die organisationale Kommunikation hat sich gezeigt, dass die Delphimethode eine Plattform darstellt, die unabhängig von der sonstigen Position der Teilnehmer einen statusgruppen- und fächerübergreifenden Austausch ermöglicht. Die Selektion der Teilnehmer wird dabei über das persönliche Engagement gesteuert. Das bedeutet, dass das Bedürfnis nach Kommunikation themenspezifisch und fach-/fachbereichsübergreifend variiert. Regelmäßige Informationen über den Diskussi-

onsstand erleichtern denjenigen, die an einigen Wellen nicht teilnehmen können die Überblick und den Wiedereinstieg in die Debatte und tragen so zu einer erhöhten Teilnahmemotivation bei.

#### 4. Fazit

Ganz generell können die Chancen für die Verbesserung der Kommunikation an Universitäten durch die Nutzung der Computertechnologie und die Anwendung »neuer« Verfahren als gut eingeschätzt werden. Die Durchführung von Befragungen und die Schaffung themenspezifischer Kommunikationsplattformen parallel zu bestehenden Entscheidungsstrukturen treffen auf zentrale Bedürfnisse der Universitätsangehörigen. Die methodischen Probleme die sich in netzgestützten Erhebungen in der Markt- und Meinungsforschung zeigen, können im geschlossenen Umfeld der Universität vermieden werden. Es sind sowohl elaborierte Stichprobenziehungen möglich wie auch die Sicherstellung der Erreichbarkeit aller Beteiligten gewährleistet.

Alles in allem kann konstatiert werden, dass Befragungen und Kommunikationsplattformen die strukturellen Reformen der Universitäten begleiten können und sollten.

#### Literatur

- Borg, Ingmar (2000), *Führungsinstrument Mitarbeiterbefragung*, Göttingen.
- Häder, Michael (2002), *Delphi-Befragungen. Ein Arbeitsbuch*, Wiesbaden.
- Häder, Michael/Häder, Sabine (2000), »Die Delphi-Methode als Gegenstand methodischer Forschungen«, in: dies. (Hg.), *Die Delphi-Technik in den Sozialwissenschaften*, Wiesbaden, S. 11–31.
- Pötschke, Manuela (2004), *Das Bremer Lebenden-Delphi*, in: <http://www.sozialforschung.uni-bremen.de/lehrendendelphi.pdf> (23.08.2005).
- Pötschke, Manuela (2005), »Paper and Pencil or Online? Methodological experience from an employee survey«, eingereichtes Manuskript (*International Journal of Internet Science*).
- Pötschke, Manuela/Simonson, Julia (2005), »Zur Akzeptanz der Studienreform. Neue Studienabschlüsse im Blick der Studierenden«, eingereichtes Manuskript (*Das Hochschulwesen*).
- Welker, Martin/Werner, Andreas/Scholz, Joachim (2005), *Online-Research. Markt- und Sozialforschung mit dem Internet*, Heidelberg.